

# Research Dynamics and Development Trends of College Students' Sports Consumption in China: Based on Citespace Visualization Analysis

Yang Yang

Chengdu University, Chengdu, Sichuan, 610106, China

## Abstract

This study focuses on the research field of college students' sports consumption in China from 2004 to 2024. Using CiteSpace software, we conducted visual quantitative analysis on 769 valid articles from the CNKI database to examine annual publication volumes, author and institutional collaboration patterns, and identify research hotspots through keyword co-occurrence and clustering analysis. Findings reveal a declining research momentum in this field, insufficient collaboration among authors and institutions, and concentrated research interests in sports consumption behavior and influencing factors, consumption structure, and sports industry integration, demonstrating diversified characteristics. The study aims to provide theoretical support for future in-depth research while offering practical references for optimizing sports product services, developing sports consumption markets, and formulating relevant policies.

## Keywords

Sports consumption, CiteSpace, Visualization analysis

# 我国大学生体育消费研究动态与发展趋势——基于 citespace 可视化分析

杨洋

成都大学, 中国·四川成都 610106

## 摘要

本研究聚焦 2004-2024 年我国大学生体育消费研究领域, 运用 CiteSpace 软件对 CNKI 数据库 769 篇有效文献进行可视化计量分析, 梳理该领域年度发文量、作者及机构合作特征, 通过关键词共现与聚类剖析研究热点。研究发现: 我国大学生体育消费研究热度整体呈下降趋势, 作者与机构间合作联动不足, 研究热点集中于体育消费行为与影响因素、消费结构、体育产业融合等方面, 呈现多元化特征。本研究旨在为该领域后续深化研究提供理论支撑, 同时为体育产品服务供给优化、体育消费市场发展及相关政策制定提供实践参考。

## 关键词

体育消费, CiteSpace, 可视化分析

## 1 引言

2019 年国务院办公厅印发《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》, 明确了体育消费对体育产业高质量发展的核心拉动作用。随着全民健身国家战略深入推进, 大学生体育消费作为体育消费市场的核心组成部分受到广泛关注。大学生群体处于体育观念与行为养成的关键期, 具备一定消费能力, 其体育消费行为对自身身心健康与体育产业发展均有重要影响。本研究借助 CiteSpace 可视化工具, 对国内大学生体育消费相关文献进行系统梳理,

呈现该领域的研究动态、热点与发展趋势, 为后续学术探索与实践应用提供参考。

## 2 数据来源与研究方法

### 2.1 数据来源

本研究数据来源于中国知网 (CNKI) 数据库, 以“大学生体育消费”为主题进行检索, 时间范围为 2004 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日, 检索得到相关文献 926 篇, 经剔除不相关、无效文献后, 最终得到有效文献 769 篇作为研究数据来源。

### 2.2 研究方法

本文采用文献资料法、文献计量法, 运用 CiteSpace 软件绘制知识图谱。CiteSpace 是该领域主流的知识图谱分析

【作者简介】杨洋 (2003—), 女, 中国四川成都人, 硕士, 从事运动训练研究。

软件,可实现文献数据的可视化挖掘与知识结构分析。

### 3 结果与分析

#### 3.1 年度发文量

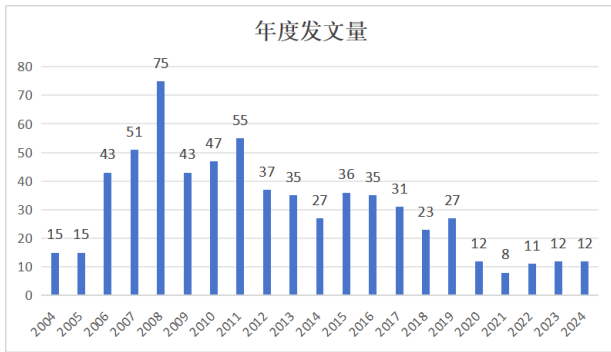


图 1 年度发文量

文献数量的时序变化是衡量某一领域研究成果的重要指标,对文献研究的历史轨迹,动态趋势,进行全面统计,并绘制年发文量统计图,有助于从宏观角度掌握我国体育消费研究的发展状况和整体趋势。将 2004 年至 2024 年之间的文献进行筛选整理得出的 769 篇文献进行 citespace 的可视化分析,结果如图 1 所示。2004-2024 年,我国大学生体育消费研究发文量整体呈先升后降的趋势:2004-2008 年发文量快速上升,2008 年达到 75 篇的峰值,这与北京奥运会的成功举办直接相关——奥运赛事极大激发了全民健身热情,带动体育产业与体育消费研究快速发展。2008 年后发文量呈阶段性波动、整体递减趋势,反映出该领域学术研究热度随奥运效应消退逐步降低,研究热点出现转移。

#### 3.2 作者与机构合作特征

从研究机构合作情况来看,国内体育院校与高校体育院系是该领域的研究主力,其中武汉体育学院、北京体育大学处于研究网络的核心位置,具备较强的学术引领能力,首都体育学院、吉林体育学院等院校是该领域的重要研究力量。整体来看,机构间的学术合作较为分散,未形成全国性的紧密合作网络。

从作者合作情况来看,该领域尚未形成大规模的作者合作集群,仅刘高福、聂晶、程其练等少数作者形成了相对稳定的合作关系,其中刘高福在合作网络中起到核心桥梁作用;绝大多数作者以独立研究为主,作者间的学术联动与合作不足。

#### 3.3 关键词共现分析

关键词是论文核心主题的高度凝练,其出现频次可直接反映领域内的研究热点。对有效文献的关键词进行共现分析,高频关键词统计结果如表 1 所示。

结果显示,“体育消费”“大学生”是频次与中心度最高的两个核心关键词,构成了该领域研究的核心锚点;“现状”“影响因素”“消费行为”“女大学生”等为高频次、

高中心度关键词,表明当前我国大学生体育消费研究,核心围绕群体消费现状、消费行为特征、影响因素等核心议题展开。

表 1 高频关键词一览表

关键词	关键词首次出现的年份	中心度	频次
体育消费	2004	0.51	502
大学生	2004	0.97	497
现状	2004	0.36	95
影响因素	2004	0.19	85
消费行为	2004	0.26	34
女大学生	2005	0.16	31
对策	2004	0.11	24
消费	2004	0.40	22
消费水平	2005	0.08	22
调查	2004	0.07	21

#### 3.4 关键词聚类

对关键词进行聚类分析,可进一步厘清研究热点的内在结构。聚类结果显示,该领域研究可划分为 10 个核心聚类模块,核心聚类标签包括大学生、体育消费、消费水平、现状、影响因素、女大学生、消费动机等。综合聚类结果,当前我国大学生体育消费研究热点可归纳为四大维度:一是消费主体研究,包括大学生整体、女大学生等细分群体;二是消费行为与现状研究,包括消费水平、消费结构、消费特征等;三是消费驱动研究,包括消费动机、影响因素等;四是研究方法应用,以调查分析、实证调研为主。

### 4 结论与建议

从年度发文量来看,我国大学生体育消费研究经历了两个高峰期;特别是在 2008 年奥运会时期达到峰值,之后体育消费研究热点逐渐消减。

国内作者和研究机构之间的联系相对分散,缺少合作联系,其中,武汉体育学院依托其顶尖的学科地位、深厚的科研底蕴与卓越的人才培养积淀,成为了核心引领者;作者与作者之间联系也较少,只有几个作者之间相互有联系,其余作者研究领域都分布的较为广泛,合作关系也较为复杂。

我国大学生体育消费的研究热点呈现多元化的发展趋势,主要集中在研究在现状、影响因素和消费行为等方面。

### 5 建议

#### 5.1 提高研究热度,深化研究广度与持续性

研究人员和机构需密切追踪体育热点事件,如在奥运会、亚运会举办前,组建专项团队研究大学生体育消费受赛事的影响,及时把握热点契机,避免研究热度随热点事件起伏。此外,还应挖掘该领域更广泛深入的议题,开展长期系统研究,如跟踪大学生体育消费长期趋势、探究地区差异对其消费观念和行为的影响,以此拓展研究深度与广度,稳定研究热度。

## 5.2 促进研究主体协作，强化核心引领

可由政府部门、行业协会或权威机构牵头，搭建全国性或区域性的研究合作平台。通过举办学术活动，为研究机构 and 作者创造交流合作的机遇，整合资源、加强联系，构建紧密的合作网络。此外，武汉体育学院等核心机构要强化引领作用，加强自身团队建设，积极与其他机构开展联合培养、学术访问、科研攻关等合作，分享资源与经验，带动整体研究水平提升。

## 5.3 深挖研究热点，推动成果应用转化

要深入挖掘体育消费研究热点，在现状、影响因素、消费行为等现有热点领域进一步细化研究内容。同时，密切关注社会新趋势和新需求，开拓新的研究热点，推动体育产业数字化转型。此外，为体育学研究在大学生体育消费领域的进一步深化提供理论支撑。同时，促进研究成果与实际应用相结合，帮助相关企业精准把握大学生体育消费需求，优化体育产品与服务供给，推动体育消费市场健康可持续发展。为体育企业制定市场策略提供依据，为高校优化体育工作提供参考，提升研究成果的社会价值。

## 参考文献

- [1] 徐铭泽,林向阳,黄志雄,等.国家体育消费试点城市政策如何促进城市经济发展?——一个合成控制法的研究视角[J].体育与科学,2024,45(06):72-84.
- [2] 梁强,牛晓晨.高校大学生体育消费现状调查分析[J].文体用品与科技,2025,(07):41-43.
- [3] 高凯,王永杰.基于Cite Space的国内外体育消费研究进展可视化分析[J].体育科技文献通报,2022,30(07):211-213.
- [4] 陈杨杰,杨涛,刘钰姗,等.校园足球特色学校的研究热点和发展态势——基于CiteSpace的文献计量分析[J].青少年体育,2024,(11):52-57.
- [5] 孙文树,樊申元,闫松.后奥运时代青少年体育消费心理与行为的研究[J].四川体育科学,2012,(03):37-39.
- [6] 朱蓬磊.我国体育消费研究热点与演化趋势——基于CiteSpace V可视化分析[J].四川体育科学,2020,39(04):96-102.
- [7] 栾春娟,姜春林.近年来中国发表SSCI论文状况及可视化分析[J].情报资料工作,2008,(03):60-63.
- [8] 戴圣婷,杨剑,刘伟,等.中国锻炼心理学研究演进的可视化分析[J].武汉体育学院学报,2018,52(07):75-81.